

# 首脳インタビュー

## サントリー 森本昌紀 常務執行役員スピリッツ本部長

### 市場リードした上期

市場見込みが103% (金額)の中、109%と平均を大きく上回る見込みのサントリーの上期(1~6月)スピリッツ事業。「すべてのカテゴリーで市場をリードした」とする森本昌紀常務執行役員スピリッツ本部長(写真)に近況と下期への構えを聞いた。

冒頭、森本常務は上期の市場について、「国内スピリッツ市場は103%、焼酎以外はプラスで推移したとみている」との見解を示したうえで、サントリー社の実績については、「各種の取り組みが奏功し、すべてのカテゴリーで市場をけん引できた。とても有難

く感じている」と、表情を和らげた。上期のサントリー社の実績(見込み)は、スピリッツ計で109%(市場予測103%)。内訳は、ハイボール缶H Bを含むウイスキーが112%(同109%)、RTD(H B除く、ノンアルコールH N A含む)が107%(105%)、スピリッツ缶(H B、N A含む)が108%(105%)、うちホワイトスピリッツは109%(106%)となっている。

全カテゴリーで市場をリードできた要因について、森本常務は次のように説明する。「ウイスキーは4月の一部価格改定の影響も想定内で安定。RTDは無糖が非常に好調で、提唱している食中飲用が着実に拡大。注力ブランドの『196』、『こだわり酒場』ともに目指すレベルを達成して

いる。また、スピリッツは、ジンのマーケットをもう一段引き上げることが注力しているが、ジャパニーズジン『翠』をリブランディング(2月)し、『翠ジンソーダ』との両輪で業務用・家庭用双方の接点拡大を図り、食中需要拡大の手応えを感じている。

その背景には、ビームサントリー社をサントリーグローバルスピリッツ社に改め、国産ブランドも海外ブランドも、すべて「サントリー」ブランドとして訴求するようになったこともある。「世界で最も信頼される総合酒類企業を目指す中、商品のみならず、企業イメージも合わせたすべてにおいて、『サントリー』ブランドを訴求していくことに舵を切ったことで、『メーカーズマーク』の成長も加速、もう一段上の国民的ニュースタンダードを目指す『ジムビーム』でも業務用・家庭用・缶製品の三位一体での拡大が進んでい

る。また、RTDの柱の一つである『196』は、発売20周年を好機と捉え、グローバルブランドとして世界に広げる方向にある。アメリカは21州に販売を拡大、ヨーロッパや東南アジアでも『196』ブランドによるグローバル化がかなり進んできた」と、新体制への移行による効果を示す。これは、集中するジン・カテゴリーの象徴ブランドでもあるジャパニーズクラフトジン「R J 缶」などでも、様々な提案で食中需要を掘り起こしているが、森本常務は、「もう一段上のレベルに引き上げるべく、検証を重ねていく考えだ。チャネル別でも、家庭用107%、業務用111%とサントリーが最も得意とする業家運動を実践したかたちとなっている。

森本常務は、「家庭用のウイスキーは、サントリーグローバルスピリッツとして、幅広いサントリーズ・ウイスキーという括りでハイボールを軸に展開し、成果を上げている。RTDは、無糖がけん引する『196』と、『タコハイ』、さらに『お茶サワー』伊右衛門『も加わった『こだわり酒場』の食中2ブランドで拡大。『翠ジンソーダ』もリマーケティングで再浮上している。業務用は、ウイスキーハイボールや『翠』ジンソーダを軸に、ジャスミン焼酎『茉莉花』のジャスミン茶割りなどの新提案を

### 世界ブランド「サントリー」を進める

は、レビューとフィードバック。そして



OKU)にも当てはまる。同社スピリッツ事業の要に成長したRTDに話を戻すと、成長エンジンはやはり無糖系だ。『196』の無糖は、4月が3.5倍、5月も1.7倍と高ペースで上期2ケタ増が確実。「タコハイ」が底上げし、「お茶サワー」伊右衛門『も加わった『こだわり酒場』も2ケタ増。ほか、『翠ジンソーダ』、各種ハイボール缶、20周年を迎えたジャスミン焼酎『茉莉花』のジャスミン茶割

り、加え、ソーダ割りを軸にした飲用時品質の向上を徹底しながら、お客様との接点拡大を進めている」と説明する。下期については、「まずまずの仕上がりだった上期を再検証し、来年に向けた施策を練って実行に落とし込むのが課題。不安定要素は依然として多い。加速する変化をいち早く掴み、ニーズに対して価値ある提案で即応し、業界発展につなげたい。キーワード

てレベルアップのため、次の一手」との構えを見せる。そして、「サントリーグローバルスピリッツとして、総市場をグローバルな視点で拡大できる商品ポートフォリオ、フォーメーションはできていますので、次世代のウイスキーおよびスピリッツ市場への手応えは十分。サントリーというコーポレートブランドのレベルアップをより進めていきたい」と締め括った。

は、レビューとフィードバック。そして

は、レビューとフィードバック。そして

(石母田 健)